

Votre stratégie email marketing pour Noël

Boostez vos ventes avec des newsletters festives

Sommaire

Intro	3
Créer une newsletter de Noël	4
Langue et contenu	
Objets et emojis	
Design, images et couleurs	
Augmentez vos conversions avec les bons d'achat et la personnalisation	10
Encouragez vos clients à acheter grâce aux bons d'achat	
Boostez vos conversions avec la personnalisation	
Conclusion	16

Intro

La saison de Noël est l'un des moments les plus importants de l'année pour de nombreuses entreprises, surtout dans le commerce en ligne où une grande partie du chiffre d'affaires de l'année est réalisé pendant cette période. En moyenne, les consommateurs dépensent beaucoup plus que durant le reste de l'année... sans oublier que la part de consommateurs achetant leurs cadeaux sur internet ne cesse d'augmenter.

Il est donc inconcevable pour les commerçants de ne pas mettre en place de campagnes marketing pour Noël.

C'est là qu'intervient l'emailing. Ce canal marketing vous donne la possibilité de communiquer directement et personnellement avec vos clients et de les encourager à l'achat en leur offrant des bons de réduction ou d'autres cadeaux. Dans ce livre blanc, nous vous expliquons comment concevoir avec succès une campagne email marketing pour les fêtes et comment booster vos ventes.

Je vous souhaite un joyeux Noël et beaucoup de succès,
Sarah de Sendinblue

Créer une newsletter de Noël

La saison de Noël se prête bien pour donner à vos newsletters un nouveau look. Les éléments graphiques ainsi que les images et le langage, peuvent être facilement adaptés à la période des fêtes. Vous pouvez opter pour les classiques (couleur rouge, cadeaux, sapin, etc.) ou justement essayer de vous démarquer de la concurrence en essayant quelque chose de plus original.

Langue et contenu

Dans vos mailings pour les fêtes, il est impératif d'utiliser un ton émotionnel en accord avec la saison. C'est une période joyeuse, de célébrations en famille, ne soyez donc pas trop sérieux et adaptez votre contenu afin de diffuser un message léger et festif.

Objectifs : créez une ambiance festive et conviviale dans votre contenu

Adjectifs :		Nom :		Expressions :
Joli	Heureux	Sapin	Famille	Joyeux Noël!
Joyeux	Béni	Père Noël	Étoile	Ho ho ho!
Délicieux	Tranquille	Réveillon	Chaleur	Le père Noël est arrivé
Festif	Doux	Cadeaux	Guirlande	Vert Noël, Blanches Pâques
Gourmand		Célébration		



Objets et Emojis

Les emojis et les émoticônes sont de plus en plus utilisés - autant dans la communication privée via smartphone, messagerie instantanée ou courrier électronique que dans la communication marketing. Il existe des milliers d'emojis différents qui peuvent être utilisés pour exprimer un large éventail d'émotions et de réactions. Bien sûr, il existe aussi de nombreux emojis spécialement adaptés à la période des fêtes

Des exemples d'emojis pour Noël



Père Noël



Renne



Chaussons



Étoile brillante



Flocon



Bonhomme de neige



Sapin de Noël



Bougie



Étoile



Ange



Cloche



Cadeau



Cinq règles pour un objet efficace

- L'information la plus importante doit être mise au début afin que les destinataires comprennent immédiatement ce qu'ils trouveront dans le mailing.
- Ne pas dépasser une longueur de 30 à 50 caractères afin que votre objet s'affiche entièrement sur les plateformes mobiles.
- Éviter les spam words et les objets entièrement en lettres majuscules.
- Personnaliser. Plus vous vous adressez personnellement à vos destinataires, plus grande est la probabilité qu'ils ouvrent vos mailings.
- Utiliser des verbes activant pour animer vos destinataires à ouvrir vos messages.

Découvrez notre guide spécial et apprenez comment optimiser vos objets

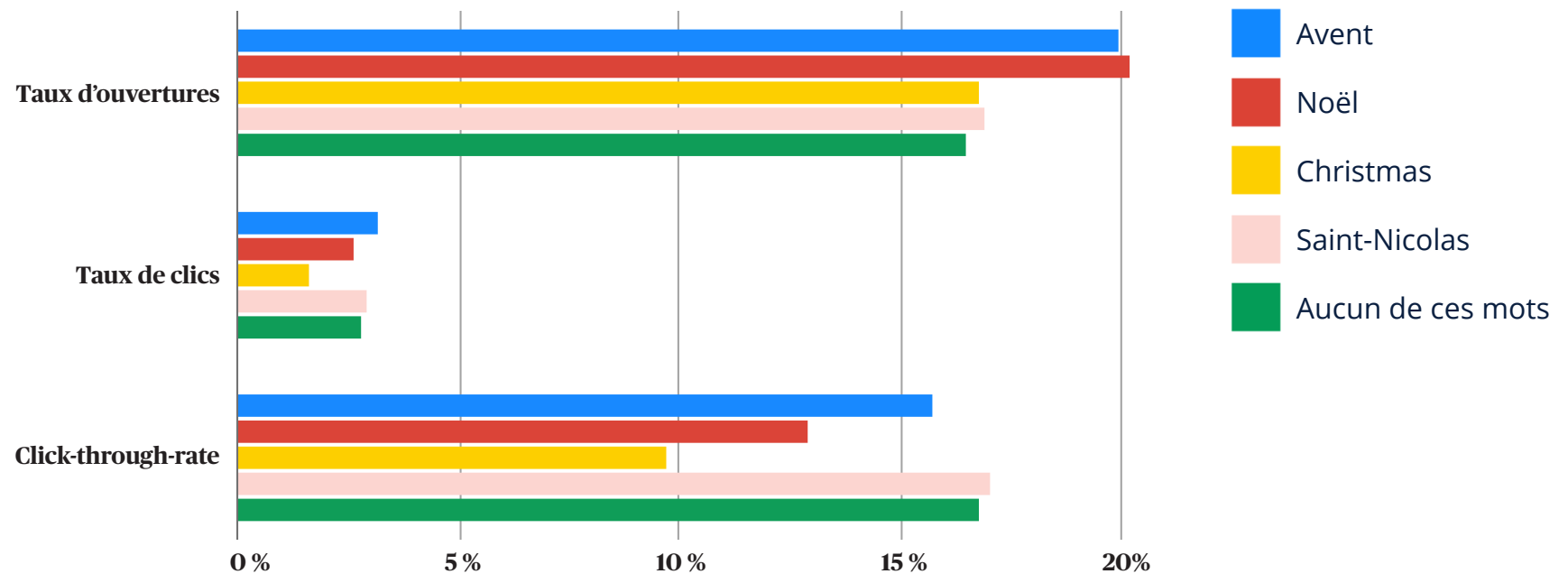
[Lire maintenant](#)



Étude : les taux d'ouvertures et clics par objet

Les taux d'ouvertures et les taux de clics changent en fonction des mots utilisés dans l'objet. Notre étude montre clairement que les envois portant le terme „Avent“ ou „Noël“ ont un taux d'ouvertures plus élevé que les envois sans ces mots. En termes de taux de clics et CTR (Click-Through-Rate), les différences sont un peu plus faibles. Une raison est peut être que les vœux de Noël et les mailings d'information, souvent envoyés à cette période, ne contiennent pas toujours d'invitation concrète à cliquer.

Taux d'ouvertures, taux de clics et click-through-rate



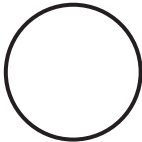
Design, images et couleurs



Rouge - la couleur qui représente la passion et l'amour. De plus, le costume du père Noël est rouge.



Vert - équilibre, nature, spontanéité. Le vert représente l'arbre de Noël.



Blanc - la couleur de la pureté et de la bonté. C'est aussi la couleur de la neige !

Chez Sendinblue, nous vous proposons des template de Noël qui vous permettent de vous lancer immédiatement et de créer votre campagne tout simplement.

Des images et motifs qui correspondent à l'ambiance des fêtes:

Vous pouvez orner vos newsletters avec des images rappelant la période de Noël afin d'évoquer une ambiance festive et conviviale. Donnez libre cours à votre imagination, mais n'oubliez pas de prendre en compte votre groupe cible. Dans le secteur B2B, il suffit d'intégrer de petits éléments, alors qu'une boutique en ligne peut se permettre d'en faire un peu plus.



Sapin de Noël
Flocons de neige
Père Noël
Bonnet de père
Noël
Étoile filante
Renne
Cadeaux

Ange
Boules de Noël
Branche de sapin
Pomme de pin
Pain d'épice
Gâteau
Lutin



Augmentez vos conversions avec les bons d'achat et la personnalisation

Les bons d'achat et la personnalisation ont un effet positif sur l'expérience de vos destinataires et peuvent influencer le succès de vos campagnes newsletter. Grâce aux logiciels d'emailing professionnels, ils sont très simples à mettre en place.

Encouragez vos clients à acheter grâce aux bons d'achat

Les bons d'achat sont particulièrement populaires auprès des consommateurs et des entreprises. Ils peuvent aider à gagner de nouveaux clients, à réactiver les clients inactifs et à fidéliser les clients existants. Ils se prêtent particulièrement pour la période des fêtes où vos destinataires s'attendent à recevoir des cadeaux.

L'objectif des bons d'achat

● L'acquisition de nouveaux clients

- Les bons d'achats peuvent être utilisés comme aimants à leads.
- Ils peuvent aider des prospects indécis à franchir le cap.
- Ils vous permettent de soutenir d'autres actions marketing.

● La fidélisation de clients existants

- Ils permettent de récompenser les clients fidèles.
- Offerts pour les fêtes ils vous aident à créer une relation personnelle avec vos clients.
- Ils permettent de booster vos ventes.

● La réactivation de clients inactifs

- Ils permettent de réactiver des clients n'ayant pas acheté depuis longtemps.
- Ils sont efficaces dans des emails de relance de panier d'achat.
- Ils vous permettent de proposer des produits complémentaires.



Comment les consommateurs utilisent les bons d'achats

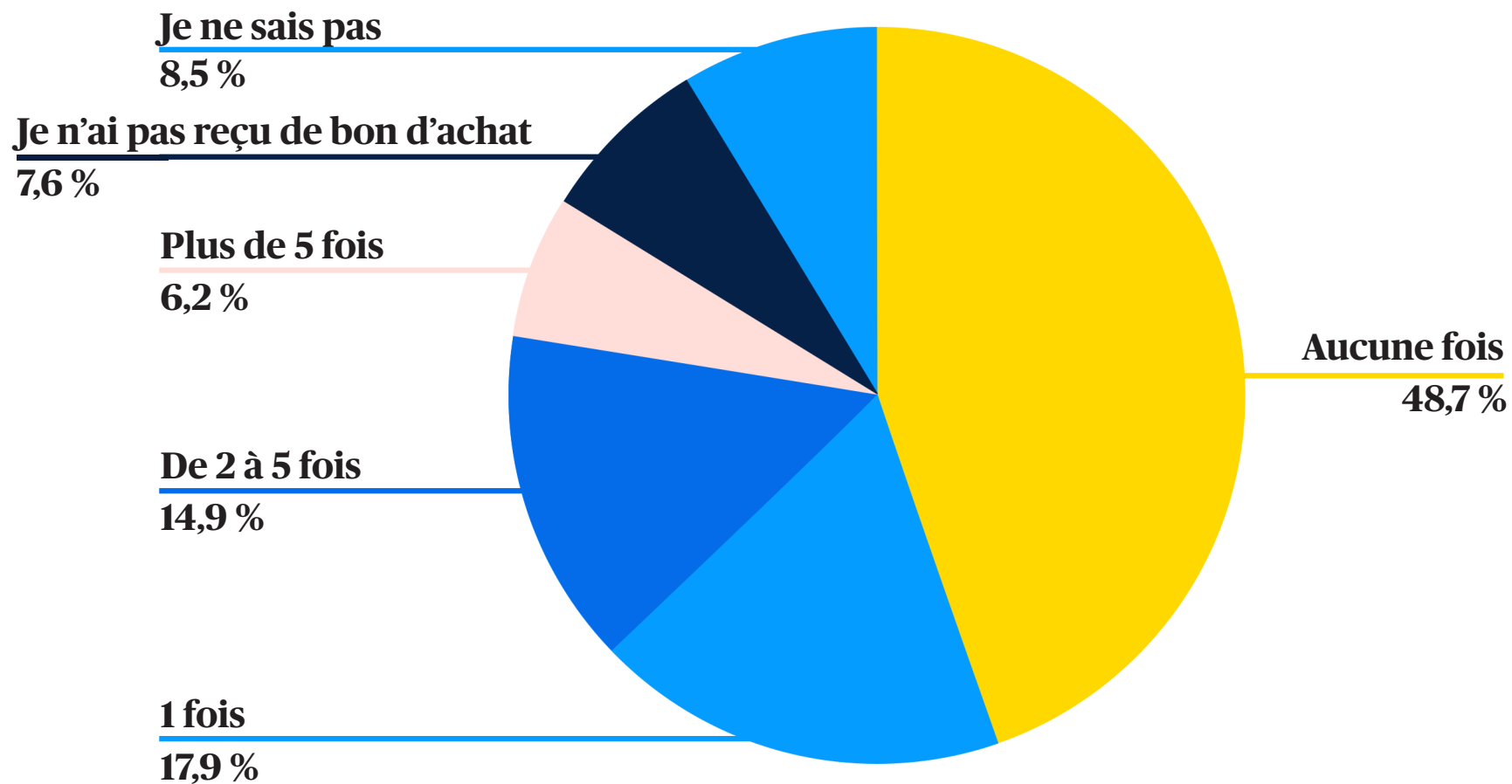
39% des personnes interrogées par Sendinblue ont déclaré avoir utilisé un bon d'achat trouvé dans une newsletter au moins une fois au cours des trois derniers mois. 32% ont dépensé plus de 50 euros. Cela montre l'efficacité des bons d'achat dans les newsletters. Cependant, veillez toujours à ce que les bons d'achat restent quelque chose de spécial dans votre stratégie emailing. S'ils sont utilisés trop souvent, ils ne seront plus pris au sérieux par vos destinataires.

Découvrez encore plus d'études et de trucs et astuces pour créer de parfaites campagnes emailing sur le blog Sendinblue.

[Vers le blog](#)

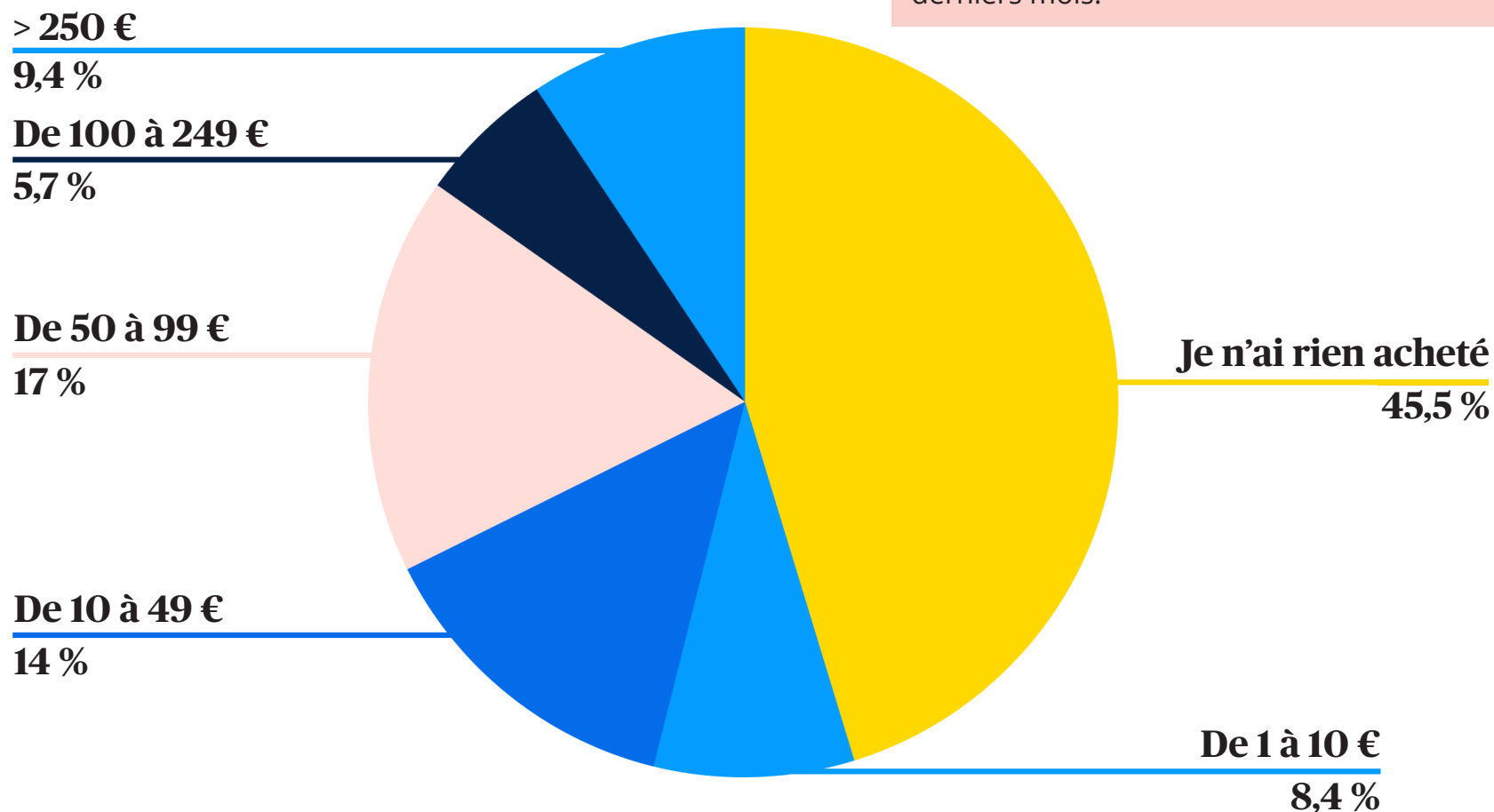
Combien de fois avez-vous utilisé un bon d'achat reçu dans une newsletter au cours des trois derniers mois ?

39% des répondants ont déclaré qu'ils avaient utilisé un bon d'achat reçu dans une newsletter au moins une fois au cours des 3 derniers mois.



Combien d'argent avez-vous dépensé en moyenne au cours des trois derniers mois pour des achats réalisés en utilisant un bon d'achat d'une newsletter ?

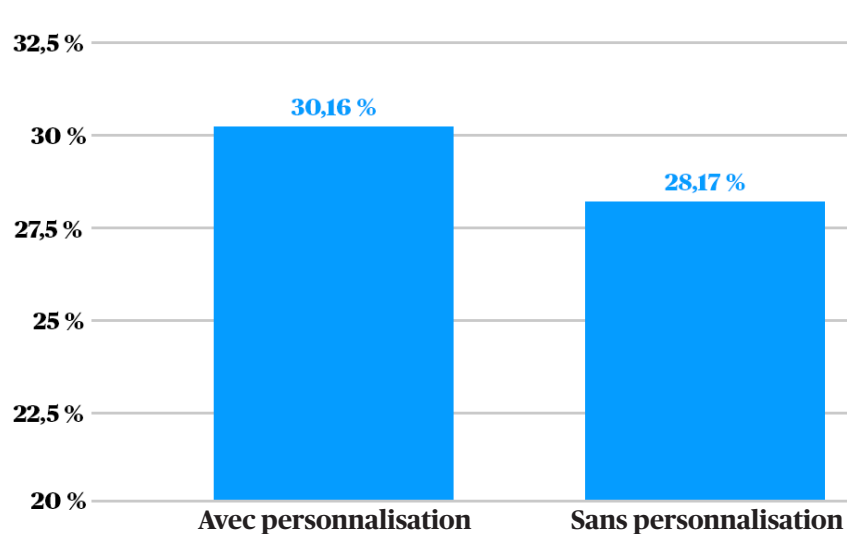
Plus de 32% des personnes interrogées ont dépensé plus de 50 € pour une commande utilisant un bon d'achat d'une newsletter au cours des trois derniers mois.



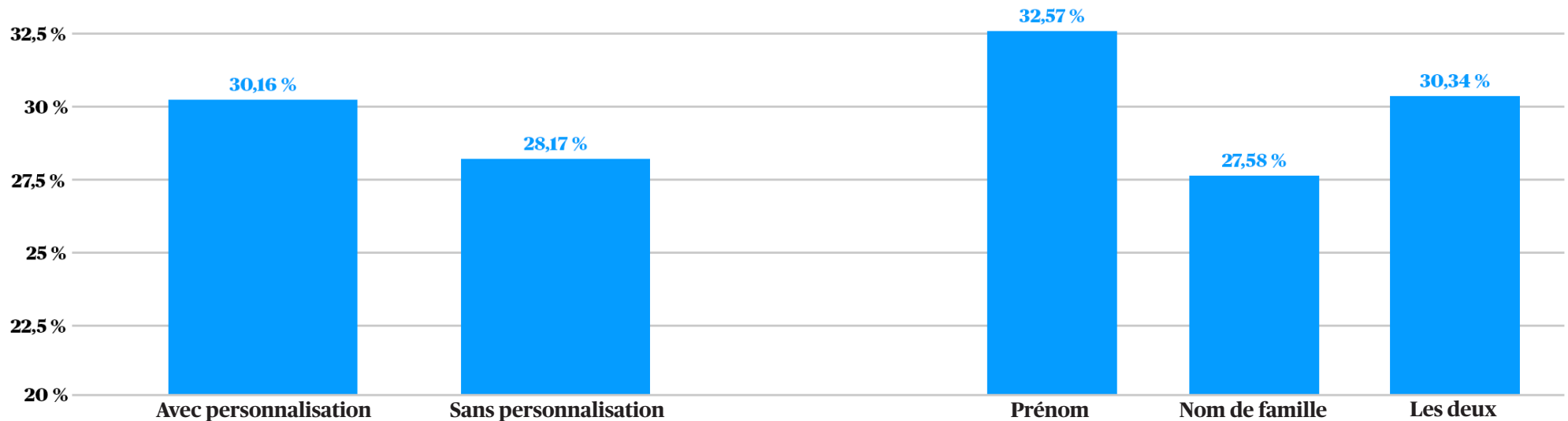
Boostez vos conversions avec la personnalisation

Grâce aux logiciels d' emailing moderne, il est possible d'insérer des modules de personnalisation dans vos newsletters. Ceux-ci s'adapteront dynamiquement à vos destinataires en fonction de critères comme l'âge, le nom ou le sexe. Cela vous permet d'envoyer des messages individualisés et de booster facilement votre taux d'ouverture.

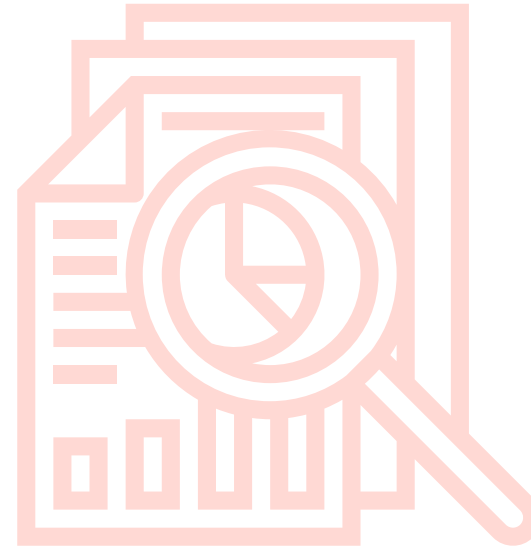
Taux d'ouvertures selon la personnalisation



Taux d'ouvertures selon le type de personnalisation



Conclusion



La saison de Noël offre une excellente occasion de personnaliser vos campagnes emailing avec des éléments créatifs et originaux. Profitez de cette période de l'année pour convaincre vos clients avec des newsletters exceptionnelles et approfondir votre relation avec eux. Par contre, soyez conscient que la compétition est rude et qu'il vous faudra faire appel à votre imagination pour vous démarquer de la concurrence. Vous avez le choix entre de nombreux types de campagnes : envoyez des bons d'achat, créez des concours et des compétitions, offrez des réductions spéciales, organisez une campagne de dons, etc. Il n'y a pas de limites à votre créativité !